



## LEÇON

**Années scolaire :** 9<sup>e</sup> à 12<sup>e</sup> année

**Au sujet de l'auteur :** Matthew Johnson, Directeur de l'éducation, HabiloMédias

**Durée :** 1 heure à 1 heure 30 minutes, plus le temps pour faire l'activité d'évaluation

Cette leçon fait partie de la série de leçons [Au-delà des faits](#).

# Au-delà des faits : Nous sommes tous des diffuseurs



Cette leçon fait partie de *Utiliser, comprendre et créer : Un cadre de littératie numérique pour les écoles canadiennes* : <http://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/cadre-de-litt%C3%A9ratie-num%C3%A9rique>.

## Aperçu

Dans le cadre de cette leçon, les élèves examineront la façon dont nos propres partis pris peuvent nous empêcher d'être objectifs. Ils apprendront des façons de reconnaître et d'expliquer leurs partis pris et mettront en pratique ces connaissances en jouant à un jeu interactif en ligne. Ils apprendront comment les campagnes d'intérêt public peuvent changer les normes sociales et créeront leur propre message d'intérêt public pour promouvoir le partage éthique de renseignements en ligne.

## Résultats d'apprentissage

Les élèves :

- comprendront l'impact des différentes formes de partis pris;
- apprendront comment minimiser les partis pris lorsqu'ils cherchent ou obtiennent des renseignements en ligne;
- mettront en pratique leurs compétences de recherche et de vérification;
- envisageront des questions éthiques dans un contexte virtuel;
- comprendront comment les normes sociales peuvent changer;
- créeront un produit médiatique convaincant.

## Préparation et matériel

- Photocopiez le questionnaire *Vrai ou faux?* ou préparez-en la projection.
- Photocopiez le document *5 en 5 : 5 choses que tu peux faire pour vérifier tes propres partis pris (en moins de 5 minutes)* et la fiche de travail *Ne partage rien avant d'être certain*.
- Préparez-vous à projeter le diaporama *Messages d'intérêt public informatifs*.
- Assurez-vous que les élèves ont accès à Internet et que vous pouvez vous connecter à la mission 5 sur les renseignements utiles *Nous sommes tous des diffuseurs* (<http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/games/reality-check/index.html#/>).



## Procédure

---

### Vrai ou faux?

Demandez aux élèves de penser à quelque chose en quoi ils croient fermement, pas quelque chose qui peut être prouvé comme vrai, comme la gravité, mais plutôt une opinion comme « Les pommes sont meilleures que les oranges. » (ou vice versa). Demandez-leur de réfléchir individuellement pour déterminer comment ils en sont venus à y croire, s'ils peuvent s'en souvenir, et demandez-leur d'essayer d'imaginer ce qu'il faudrait faire pour changer leur opinion sur la question.

Projetez ou distribuez ensuite le questionnaire *Vrai ou faux?* (Vous pourriez aussi leur demander de le remplir comme devoir à la maison.) Demandez aux élèves d'indiquer s'ils croient que ces énoncés sont vrais ou faux.

Une fois que les élèves ont répondu au questionnaire, examinez les questions et soulevez les points suivants.

1. Si l'opinion d'une personne est liée aux croyances politiques ou religieuses d'une personne, elle ne changera jamais.

*Faux. Certaines croyances sont grandement influencées par l'affiliation religieuse ou politique, mais dans la plupart des cas, les gens développent des opinions différentes de façon indépendante. Même les gens qui ont de fermes croyances religieuses ou politiques ne sont pas nécessairement d'accord avec toutes les positions associées à cette croyance.*

2. Les gens qui en savent davantage sur un sujet sont plus susceptibles d'y réfléchir plus clairement.

*Faux. Pour certains sujets, comme la politique, les gens qui en savent davantage sur un sujet sont en fait plus sensibles à la « motivation directionnelle », c'est-à-dire à chercher activement des renseignements qui appuient leurs croyances actuelles ou qui présentent des arguments contre la position avec laquelle ils sont en désaccord.*

3. Lorsque les gens croient fermement en quelque chose, les preuves qui sont contre cette opinion ne font que renforcer leur croyance.

*Pas systématiquement faux ni vrai. Parfois, tenter de corriger de fausses informations peut se retourner contre nous, c'est-à-dire que les preuves en défaveur d'une position font en sorte que les gens y croient encore plus fermement. Mais cet effet inverse à celui prévu semble se limiter principalement aux points de vue qui tiennent vraiment à cœur sur le plan émotionnel et ne survient que lorsque la tentative de les corriger déclenche ces émotions.*

4. Les gens sont plus susceptibles d'être convaincus par des arguments émotionnels que des faits.

*Pas systématiquement faux ni vrai. Les arguments qui touchent les émotions des gens peuvent avoir un effet marqué, mais il est également important de fournir suffisamment de faits pour remplacer l'ancienne croyance. De même, le simple fait de fournir des faits ne permettra pas toujours de venir à bout de l'attachement émotionnel des gens à l'égard de certaines de leurs croyances.*



5. Les gens peuvent avoir des opinions différentes sur le même sujet selon les mots qui sont utilisés pour en discuter.

*Vrai. Les mots que nous choisissons pour décrire quelqu'un peuvent suffire pour déclencher les émotions liées à un sujet : les gens qui sont conservateurs sur le plan politique sont plus susceptibles d'être ouverts aux arguments sur le « changement climatique » que le « réchauffement planétaire » puisqu'ils sont plus susceptibles d'avoir déjà entendu le terme « réchauffement planétaire » être utilisé de façon négative.*

6. Les gens sont plus susceptibles d'être convaincus par des énoncés négatifs.

*Faux. Même si vous essayez d'exprimer une opinion négative, il est important de la formuler le plus positivement possible : un expert recommande d'utiliser au moins trois mots ou énoncés positifs pour chaque énoncé négatif. Plutôt que de dire que « les vaccins ne causent pas l'autisme », par exemple, il serait plus efficace de dire que « les vaccins ont sauvé et aidé des millions de personnes, chaque vaccin est soumis à des dizaines de tests, les substances contenues dans les vaccins qui inquiétaient les gens ont été éliminées, et des dizaines d'études n'ont trouvé aucun lien entre l'autisme et les vaccins ».*

7. Réfuter directement les fausses déclarations est la meilleure façon de changer l'opinion des gens.

*Faux. Il ne suffit pas de simplement dire aux gens qu'ils ont tort, ou même de fournir des renseignements qui prouvent qu'ils ont tort : nous croyons à certaines choses en raison de « l'histoire » qu'elles racontent et donc pour changer l'opinion des gens, nous devons utiliser des faits et des émotions qui racontent une nouvelle histoire qui est au moins aussi intéressante que l'ancienne.*

8. Il est plus facile de prendre des décisions en disposant de davantage de renseignements.

*Faux. Bien sûr, nous avons besoin de certains renseignements pour prendre une décision éclairée, mais s'il y en a trop, nous pourrions nous sentir paralysés, ou du moins plus susceptibles de ne choisir que les choses qui appuient ce en quoi nous voulons croire (ce qui pourrait être l'une des explications des conclusions de la question 2 ci-dessus).*

9. Nous sommes plus susceptibles de prêter attention aux choses qui correspondent à nos croyances.

*Vrai. C'est ce que l'on appelle un « préjugé de confirmation », c'est-à-dire les partis pris qui tendent vers les choses qui confirment ce que nous pensons ou croyons déjà.*

10. La plupart des gens croient qu'ils sont plus rationnels que les autres lorsque vient le temps de prendre des décisions.

*Vrai. Même les gens qui savent déjà tout cela sont susceptibles de croire qu'elles affectent plus les autres qu'eux-mêmes. C'est pourquoi il ne suffit pas d'être sceptiques : nous devons être extrêmement sceptiques concernant les choses qui appuient les positions que nous voulons être vraies ou qui réfutent les choses que nous croyons fausses.*



## Nous sommes tous des diffuseurs

Dites aux élèves qu'il est surtout important de connaître nos propres partis pris puisque les médias que nous utilisons sont réseautés, c'est-à-dire que n'importe qui peut publier du contenu en ligne et rejoindre toute autre personne. Nous contribuons à déterminer jusqu'où ce contenu sera publié en décidant de le partager ou non. (Si vous voulez explorer cette idée encore davantage, montrez aux élèves la vidéo « [Les médias numériques sont en réseau](#) ».)

Distribuez le document 5 en 5 : 5 choses que tu peux faire pour vérifier tes propres partis pris (en moins de 5 minutes) et examinez-le avec le groupe.

Demandez aux élèves d'utiliser le document pour les aider à remplir la mission 5 [Nous sommes tous des diffuseurs](#).

À votre discrétion, les élèves peuvent le faire individuellement, en équipe de deux ou avec le reste de la classe.

Lorsque les élèves ont terminé la mission, posez-leur les questions suivantes.

- Quel était le classement approprié et quelle action en a découlé? (*Aucun moyen de s'en assurer/Ne rien faire pour le moment*) Dans quelle mesure leur réponse s'approchait-elle de la vérité?
- Quels indices les ont amenés à prendre leur décision?  
*La principale raison d'être sceptique : il s'agit d'une histoire que la plupart d'entre nous voudrions qu'elle soit vraie (c'est-à-dire que la procrastination est un signe d'intelligence). Un examen plus approfondi menait surtout à des impasses ou à des éléments qui ne donnaient pas de preuves claires pour un côté ou l'autre.*
- Quels indices ont pu être trompeurs?  
*Il y avait définitivement des raisons d'être sceptique : la source dans laquelle l'histoire a paru n'a pas très bonne réputation, et la revue dans laquelle l'étude originale a été publiée n'avait pas vraiment d'antécédents. Cependant, si tu n'examines pas la nouvelle de près, tu pourrais confondre « Toronto University » avec « University of Toronto », mais cette confusion en soi n'est pas non plus une preuve que l'histoire n'est pas fiable.*
- Pourquoi était-il préférable de ne pas partager l'histoire ou de la réfuter?  
*Puisqu'il était difficile d'obtenir des réponses claires sur la véracité de l'histoire, il est préférable de ne pas la partager. (Même si l'étude originale est vraie, nous n'avons aucun moyen de savoir si l'article en présente les conclusions avec exactitude.) Parallèlement, nous ne disposons pas de suffisamment de renseignements pour la réfuter positivement.*

## Évaluation : Message d'intérêt public

Dites aux élèves que tout le monde contribue à décider de propager ou non une histoire fausse ou trompeuse. Ainsi, bien qu'il soit important pour chacun d'entre nous de prendre de bonnes décisions, nous devons également promouvoir une *norme sociale* de partage prudent et éthique.

Expliquez aux élèves qu'il est possible de faire changer l'opinion de la société entière sur un sujet : vous pouvez donner des exemples sur l'alcool au volant et le tabagisme, des habitudes qui, en peu de temps, sont devenues beaucoup moins fréquentes et qui sont perçues de façon plus négative, ou encore sur le port de la ceinture de sécurité ou le fait de garder les chats à l'intérieur, deux comportements devenus plus fréquents. Parfois, ces changements des normes sociales se produisent d'eux-mêmes, parfois ils découlent des représentations médiatiques (y compris des publicités), et parfois ils surviennent en partie en raison de campagnes délibérées d'*intérêt public* visant à modifier les attitudes des gens.



Expliquez au groupe qu'un bon message d'intérêt public fait trois choses : il *sensibilise* les lecteurs à la question, il leur donne une raison de *se préoccuper* de la question, et il leur fournit des *renseignements utiles* pour les aider à traiter de la question. Pour ce faire, les messages d'intérêt public imprimés peuvent utiliser à la fois du texte et des images.

Projetez le diaporama *Messages d'intérêt public informatifs* et examinez les diapositives avec le groupe. Pour chaque diapositive, posez les questions suivantes aux élèves.

- 1) Sur quelle question porte le message d'intérêt public?
  - « Reconnais les signes » : Longicornes
  - « Rien de plus simple » : Rage
  - « Aide à protéger les lamantins » : Lamantins
  
- 2) De quelle façon amène-t-il le lecteur à *se préoccuper* de la question?
  - « Reconnais les signes » : Texte (il indique que le longicorne tue les arbres) et images (le texte en rouge indique un danger, le longicorne sur lequel se trouve une barre oblique indique une action)
  - « Rien de plus simple » : Texte (« Il est facile d'attraper la rage ») et images (un mignon petit enfant qui tient un chiot mignon) (les deux façons t'amènent à te préoccuper de la question)
  - « Aide à protéger les lamantins » : Texte (on s'adresse directement au lecteur pour leur donner l'impression qu'il peut faire partie de la solution) et images (un mignon lamantin et un bébé lamantin encore plus mignon t'incitent à vouloir les protéger)
  
- 3) De quelle façon *informe*-t-il le lecteur sur la manière de traiter de la question?
  - « Reconnais les signes » : Texte (te dit quoi faire : « Reconnais les signes. Stoppe la propagation. », et te donne un lien vers un site Web pour plus de détails) et images (des photos t'aident à reconnaître un arbre infecté)
  - « Rien de plus simple » : Texte (te donne de l'information sur la façon dont la rage se propage et ce que tu dois faire si un animal te mord)
  - « Aide à protéger les lamantins » : Texte (te donne de l'information sur la façon d'éviter de perturber les lamantins dans différentes situations et un lien vers un site Web pour plus de détails) et images (l'affiche « Zone de lamantins » présente les renseignements les plus importants)

Distribuez la fiche de travail *Ne partage rien avant d'être certain* et examinez-la avec les élèves.



## Vrai ou faux : La façon dont les gens peuvent changer d'avis

---

Détermine si chacun des énoncés suivants est vrai ou faux.

1. Si l'opinion d'une personne est liée aux croyances politiques ou religieuses d'une personne, elle ne changera jamais.

*Vrai ou faux?*

2. Les gens qui en savent davantage sur un sujet sont plus susceptibles d'y réfléchir plus clairement.

*Vrai ou faux?*

3. Lorsque les gens croient fermement en quelque chose, les preuves qui sont contre cette opinion ne font que renforcer leur croyance.

*Vrai ou faux?*

4. Les gens sont plus susceptibles d'être convaincus par des arguments émotionnels que des faits.

*Vrai ou faux?*

5. Les gens peuvent avoir des opinions différentes sur le même sujet selon les mots qui sont utilisés pour en discuter.

*Vrai ou faux?*

6. Les gens sont plus susceptibles d'être convaincus par des énoncés négatifs.

*Vrai ou faux?*

7. Réfuter directement les fausses déclarations est la meilleure façon de changer l'opinion des gens.

*Vrai ou faux?*

8. Il est plus facile de prendre des décisions en disposant de davantage de renseignements.

*Vrai ou faux?*

9. Nous sommes plus susceptibles de prêter attention aux choses qui correspondent à nos croyances.

*Vrai ou faux?*

10. La plupart des gens croient qu'ils sont plus rationnels que les autres lorsque vient le temps de prendre des décisions.

*Vrai ou faux?*



## Ne partage rien avant d'être certain

---

Dans le cadre de cet exercice, tu créeras un message d'intérêt public pour promouvoir le fait que les gens ne devraient pas partager du contenu en ligne à moins qu'ils soient certains qu'il est exact et n'induit pas en erreur.

Ton message d'intérêt public devrait :

- sensibiliser ton public à la question;
- montrer à ton public pourquoi il devrait se préoccuper de la question;
- communiquer à ton public des mesures claires qu'il peut prendre pour traiter de la question.

Ce message d'intérêt public est conçu pour être diffusé dans les médias sociaux. Tu dois donc aussi rédiger un court paragraphe ou des notes abrégées qui expliquent ce qui suit :

- le public visé par ton message d'intérêt public (des jeunes de ton âge, des personnes un peu plus âgées, des personnes un peu plus jeunes?);
- le réseau social pour lequel ton message d'intérêt public a été conçu;
- la raison pour laquelle tu as choisi ce réseau social pour ton message et comme public;
- la façon dont tu prévois utiliser les options du réseau social pour propager ton message.



## Rubrique

	<b>Attentes en matière d'apprentissage</b>	<b>Réalisations</b>
<p><b>Utiliser</b></p> <p>Les compétences et les connaissances qui entrent dans la catégorie « utiliser » vont du savoir technique fondamental aux capacités plus avancées pour accéder et utiliser les ressources du savoir, comme les moteurs de recherche et les bases données en ligne, et les technologies émergentes comme l'infonuagique.</p>	<p><i>Trouver et vérifier</i></p> <p>Localiser, organiser, analyser, évaluer, résumer et utiliser de façon éthique les renseignements provenant d'une variété de sources et de médias</p> <p><i>Mobilisation communautaire</i></p> <p>Préconiser et pratiquer une utilisation sécuritaire, légale et responsable des renseignements et de la technologie</p> <p>Utiliser les médias sociaux et la technologie participative</p> <p>Utiliser les médias numériques pour faire partie d'une communauté</p> <p>Faire preuve de leadership en tant que cybercitoyen</p>	<p>Insuffisante (R)</p> <p>Débutant (1)</p> <p>En développement (2)</p> <p>Compétent (3)</p> <p>Confiant (4)</p>
<p><b>Comprendre</b></p> <p>La notion de « comprendre » comprend reconnaître comment la technologie réseautée affecte notre comportement ainsi que nos perceptions, croyances et sentiments à propos du monde qui nous entoure.</p> <p>Comprendre nous prépare également pour une économie du savoir alors que nous développons des compétences en gestion de l'information pour trouver, évaluer et utiliser efficacement des renseignements pour communiquer, collaborer et résoudre les problèmes.</p>	<p><i>Trouver et vérifier</i></p> <p>Comprendre que quiconque peut publier sur le Web et que les sites ne sont pas tous fiables et que les croyances affectent les choix sains</p> <p><i>Éthique et empathie</i></p> <p>Démontrer une compréhension de la nature sociale des technologies et des médias numériques</p> <p>Montrer une compréhension des concepts du comportement éthique et de l'éthique en ligne</p> <p><i>Mobilisation communautaire</i></p> <p>Montrer une connaissance du discours sur les questions et les occasions touchant les nouveaux médias</p> <p>Comprendre le contexte élargi des outils numériques dans une « ère numérique » caractérisée par la mondialisation et les réseaux</p> <p><i>Créer et remixer</i></p> <p>Cerner des conventions et des techniques appropriées à la forme choisie pour un texte médiatique qui sera créé</p> <p>Choisir et utiliser des applications avec efficacité et productivité (p. ex. choisir les technologies les plus appropriées selon la tâche)</p> <p>Démontrer une compréhension des formes et des techniques des médias et des genres :</p> <p>le sujet choisi, la question et la solution étaient clairs;</p> <p>le produit a montré une perspective sur un sujet.</p>	<p>Insuffisante (R)</p> <p>Débutant (1)</p> <p>En développement (2)</p> <p>Compétent (3)</p> <p>Confiant (4)</p>

	<b>Attentes en matière d'apprentissage</b>	<b>Réalisations</b>
<p><b>Créer</b></p> <p>Créer est la capacité de produire du contenu et de communiquer efficacement au moyen d'une variété d'outils médiatiques numériques. La création comprend être en mesure d'adopter ce que nous produisons pour différents contextes et publics, de créer et de communiquer au moyen de médias riches comme des images, des vidéos et du son, et de s'engager efficacement et de façon responsable à l'égard de contenu géré par l'utilisateur comme les blogues et les forums de discussion, les vidéos et le partage de photos, les jeux sociaux et d'autres formes de médias sociaux.</p> <p>La capacité de créer au moyen de médias numériques permet de s'assurer que les Canadiens sont des contributeurs actifs à la société numérique.</p>	<p><i>Trouver et vérifier</i></p> <p>Créer de nouveaux mondes critiques ou analytiques</p> <p><i>Mobilisation communautaire</i></p> <p>Participer à la société en s'engageant en ligne dans des actions démocratiques (p. ex. lobbying, pétitions, parlement)</p> <p>Recenser et participer de façon responsable aux réseaux virtuels qui favorisent une collectivité positive</p> <p>Savoir comment utiliser les médias sociaux et les réseaux sociaux pour promouvoir les résultats des travaux</p> <p><i>Créer et remixer</i></p> <p>Appliquer efficacement les formes et les techniques du média et du genre</p> <p>Créer des œuvres numériques originales comme moyen d'expression personnelle ou collective</p> <p>Produire des textes médiatiques pour des fins et des publics précis, à l'aide de quelques formes médiatiques simples et de conventions et de techniques appropriées</p>	<p>Insuffisante (R)</p> <p>Débutant (1)</p> <p>En développement (2)</p> <p>Compétent (3)</p> <p>Confiant (4)</p>

## 5 en 5 : 5 choses que tu peux faire pour vérifier tes propres partis pris (en moins de 5 minutes)

---

La vérification de renseignements en ligne n'a pas besoin d'être difficile ou de prendre beaucoup de temps, mais tu dois le faire chaque fois que tu veux partager du contenu. Autrement, tu pourrais prendre une décision en te fondant sur ceux-ci.

Il est difficile d'obtenir de bonnes informations en ligne : si tu cherches des informations qui appuient déjà ce que tu crois, Internet va te fournir exactement ce que tu cherches. C'est pourquoi il est important d'être conscient de tes propres partis pris et de t'assurer que tu examines la situation dans son ensemble.

Voici cinq choses que tu peux faire en moins de cinq minutes pour vérifier tes propres partis pris. (La plupart te prendront moins de deux minutes!)

1. Demande-toi pourquoi tu veux y croire (ou la réfuter) et pourquoi tu veux la partager. Tiens bien compte des partis pris fréquents suivants.

**Finir le casse-tête :** Nous avons naturellement tendance à prêter davantage attention aux choses qui correspondent à ce que nous croyons déjà (et à douter des choses qui ne correspondent pas à nos croyances). Nous devons donc être très sceptiques à l'égard des choses qui nous tiennent vraiment à cœur.

**Ne pas vouloir faire de vagues :** La plupart d'entre nous préférons ne pas nous disputer avec nos amis et notre famille, et parfois, nous choisirons donc de ne pas accepter certaines choses qui entraîneraient en conflit avec ce qu'ils croient.

**Prêter plus attention aux choses inhabituelles :** Nous avons une tendance naturelle à nous inquiéter davantage des événements rares et dramatiques, comme les écrasements d'avions, plutôt que des choses plus communes comme les accidents de voiture. Les choses moins fréquentes sont également perçues comme davantage dignes d'intérêt (l'écrasement d'un avion fera presque toujours les manchettes alors qu'un accident de voiture ne les fera presque jamais).

**Ne pas vouloir admettre que nous ne savons pas :** Souvent, nous tirons des conclusions hâtives même si nous n'avons pas suffisamment d'informations pour prendre une décision éclairée (ce qui pourrait expliquer pourquoi les gens qui en savent davantage sur un sujet sont effectivement plus susceptibles de se laisser prendre au piège de ces partis pris).

2. Lorsque tu fais une recherche, choisis tes termes prudemment pour éviter les partis pris. Différents groupes utilisent souvent différents mots pour décrire la même chose, ce qui peut influencer les résultats que tu obtiens. Par exemple, les scientifiques sont plus susceptibles d'utiliser le terme « changement climatique » alors que les gens qui ne croient pas au changement climatique utiliseront plus souvent le terme « réchauffement planétaire ». Le mot que tu choisis influencera les résultats que tu obtiens. Tu dois donc parfois faire quelques recherches auprès d'une source d'information générale comme Wikipédia avant même de choisir les termes de ta recherche. Si tu crois que les résultats de ta recherche pourraient être biaisés, essaye différentes façons de formuler les termes de ta recherche.



Ne formule pas ta recherche sous la forme d'une question « par oui ou non » : les résultats seront plus susceptibles d'appuyer une réponse positive. Par exemple, si tu cherches « Les gaufres sont-elles meilleures que les crêpes? », tu obtiendras des résultats favorisant les gaufres. Si tu cherches « Les crêpes sont-elles meilleures que les gaufres? », tu obtiendras une page de résultats expliquant pourquoi les crêpes sont meilleures.

3. Ne laisse pas les algorithmes décider des résultats qui te sont montrés. Les moteurs de recherche, les réseaux sociaux et les sites de partage de vidéos comme YouTube sont tous conçus pour t'offrir le contenu qui est le plus pertinent pour toi, ce qu'ils réussissent à faire en faisant le suivi du contenu que tu lis, que tu écoutes, sur lequel tu cliques, que tu achètes et que tu consultes en ligne (entre autres choses) et en intégrant ces données dans un algorithme qui « décide » du contenu que tu peux voir. Cette façon de faire peut avoir du bon, mais elle est également susceptible de renforcer tes partis pris en te montrant principalement des choses que tu *veux* voir ou en t'emmenant vers du contenu trompeur en te montrant des choses auxquelles tu es susceptible de réagir fortement.

La meilleure manière d'éviter cette situation est de limiter les façons par lesquelles ils peuvent recueillir des données te concernant afin qu'ils aient plus de difficulté à établir un profil. Pour ce faire, tu peux :

- prendre l'habitude d'utiliser le mode privé de ton navigateur;
  - modifier tes paramètres pour limiter le repérage dans des navigateurs comme Chrome, Safari, Firefox et Edge;
  - utiliser un moteur de recherche sans repérage comme DuckDuckGo, Swisscows et Qwant Junior;
  - installer un plugiciel de blocage comme Privacy Badger;
  - établir tes préférences de suivi des publicités et de tes fils de nouvelles dans tes réseaux sociaux et tes comptes des moteurs de recherche pour ne pas recevoir de contenu personnalisé.
4. Prends le temps de te calmer avant de partager du contenu ou d'y répondre. Un grand nombre des plateformes que nous utilisons sont conçues pour nous faire réagir rapidement, mais il est préférable de prendre un peu plus de temps pour décider. Voici quelques façons judicieuses de déterminer si tu devrais partager du contenu.
    - Imagine-toi en train d'expliquer ton point de vue à quelqu'un. Souvent, nous nous attendons à ce que les gens avec qui nous discutons soient d'accord avec nous. Le fait de réfléchir à la façon de présenter tes arguments à quelqu'un qui ne connaît rien du sujet abordé peut t'aider à déterminer dans quelle mesure ton opinion se fonde sur des faits ou des émotions.
    - Pense à d'autres perspectives sur le sujet. Fais un exercice d'empathie et imagine ce que dirait quelqu'un qui croit le contraire.
    - Prends une pause de deux minutes. Le fait de prendre une courte pause peut t'aider à déterminer si tu veux réellement partager ou non le contenu.
  5. Ne partage rien à moins d'être certain. Prends l'habitude de ne pas partager du contenu dont tu n'es pas certain de la véracité. En raison de la nature réseautée d'Internet, rappelle-toi que nous sommes tous des diffuseurs d'information, c'est-à-dire que nous jouons un rôle crucial en décidant de propager ou non de fausses informations.



Messages d'intérêt public informatifs

# LE MÉDICAMENT N'EST PAS UN PRODUIT COMME LES AUTRES.



---

Le médicament contient des substances actives qui ont des effets sur votre organisme. Il est là pour soigner mais s'il est mal utilisé, il peut être dangereux. Suivez la prescription de votre médecin et les conseils de votre pharmacien.

---

**LES MÉDICAMENTS, NE LES PRENEZ PAS N'IMPORTE COMMENT.**

---



# Le feu ne dort jamais



**Le DAAF\* sauve  
des vies.  
Équipez-vous !**

- Un incendie se déclare toutes les 2 minutes.
- 800 décès par an dont 30% d'enfants.
- 70% des incendies mortels ont lieu la nuit.

Avec l'aimable autorisation du



\*Détecteur Autonome Avertisseur de Fumées



**TRIPPER EN SEANTHER  
SANS SE DÉFOUCER**

**SAGES PAROLES POUR L'HIVER.**

**CONDUIRE UNE MOTONEIGE AVEC LES FACULTÉS AFFAIBLIES EST NON SEULEMENT  
ILLÉGAL ET STUPIDE... C'EST TROP SOUVENT MORTEL.**

**SI VOUS VOYEZ UN CONDUCTEUR DE MOTONEIGE OU DE QUAD QUI SEMBLE CONDUIRE  
SOUS L'INFLUENCE DE L'ALCOOL ET/OU DE LA DROGUE, COMPOSEZ LE 911.**

**madd\***  
Sauver des vies. Aider les victimes.

  
**Allstate**  
Vous êtes en bonnes mains.